

株式会社Warrantee

「ベンチャー企業の外部人材活用による 「ツートップ」経営体制への転換」

事業内容

「買った後のすべてを支える」がミッション 「保証書の電子化」サービスを提供

株式会社Warrantee(ワランティー)は、スマートフォンのアプリを利用した「保証書の電子化」サービスを提供している。エンドユーザーにとっては、アプリで一括管理することにより、面倒な保管作業を無くすメリットがある。また、アプリを通じて修理依頼や中古査定が出来る。同社の扱うメーカー保証書は、白物家電からオーディオ機器、情報家電、住宅機器まで多岐にわたる。また、同社の強みは、現在10万人を超えるエンドユーザーの登録情報を保有することにあり、登録保証書数は70万件に及ぶ。メーカーサイドとしては、ニーズ情報など有益なマーケティング情報が獲得できる。

創業のきっかけは、創業者で現社長である庄野氏が、平成25年3月に開催された大阪市主催のビジネスコンテストでシリコンバレーツアーに派遣されたことである。そこでのプレゼンテーションが高評価を受け、「保証書の電子化サービス」で起業する決意した。その後、クックパッド等からの業務提携もあり、現在も順調にユーザー数を伸ばしている。



Warranteeの「保証書の電子化」サービス(同社WEBサイトより)

外部人材活用・人材投資に注力した背景

「ワントップ」から「ツートップ」の経営へ 「攻守」分けてパフォーマンス向上を目指す

創業は庄野氏を含めて2名で事業を開始した。「ベンチャー企業のシード期は、製品・サービスも未成熟なので、営業をかけてもなかなか売れない時期であった。この時期は、体制を強化し、製品・サービスをブラッシュアップさせる期間だと考えていた。」と庄野氏は語る。シード期のベンチャー企業が人材を採用するのは、信用や社会的魅力も低いので苦労するケースが多い。庄野氏もどのように採用したらよいかかわからず、また相談できる先輩経営者も少なかったと言う。「当初は金銭的余裕もなく、給料が安い優秀な人材を確保しようとしていた。やはり妥協して採用すると失敗していた。」と当時を振り返る。その後、知人、経営者仲間からの紹介、交流会を通じて、CTO(最高技術責任者)、デザイナー、エンジニアを採用して、自社内でアプリ開発を行ってきた。

また優秀な人材を確保できたとしても、起業経験がある人材が社長以外に社内にはいないと、どうしても庄野氏の

「ワントップ」の経営になってしまう。庄野氏の考えでは、何事においても「攻守」が大切で、守りながら戦うのはとても大変だという。例えば、プログラミング業務も、「プログラムを作る人」「バグを取る人」を分けないと非常に効率が悪くなる。営業に関しても「営業する人」と「サポートする人」に分けないと、同じ時間を使ってもパフォーマンスが5分の1に落ちることもある。経営においてもチームプレーで「攻守」をそれぞれ担当する人材が必要だと言う。「ワントップ」として、庄野氏の業務負担が大きくなってしまった経緯も過去にあり、「ツートップ」の体制を作るため、報酬が高くても起業経験がある優秀な人材を採用しようと考えていた。



代表取締役 庄野 裕介 氏

株式会社Warrantee

〒541-0045 大阪府大阪市中央区道修町2-4-1

TEL: 06-6227-8775

<https://www.warrantee.jp>

(代表者名) 庄野 裕介
(創業年月) 平成25年10月
(資本金) 1億7,200万円
(従業員) 9人
(業種) スマートフォンアプリによる
保証書の電子化サービス

外部人材活用の成果と今後の展開

コミュニケーションを強化して、社員の定着率がアップ 「消費の形態を変える」会社を目指す

「ツートップ」の人材として採用したのは、同社のCOO(最高執行責任者)を務めるA氏である。現在は東京で営業現場を取りまとめるA氏は、元々、複数のベンチャー企業を立ち上げた経験を持つ人材である。庄野氏が「ツートップ」を目指し、人材を探していた折にA氏に出会う。庄野氏は「A氏には、今後のビジネス展開について自分の考えを積極的に話した。それで当社に可能性を感じてもらえたと思う。A氏にはベンチャーマインドと熱意があって、弊社を自分の会社だと思って行動してくれる。自分の右腕として任せられることを考えると、採用はすごく価値があった」と言う。

採用したスタッフは、現在10名で全員、正社員である。拠点を東京・大阪と2か所に置いている。採用に際しては、面接時に「会社として何を期待しているか」「どんなスキルが必要か」など業務内容を明確に説明している。それにより、採用時のミスマッチが無くなり、社員の定着率が大幅に向上した。また、業務内容を明確にするメリットに、社内で抱えるべき業務かどうかがわかるという。例えば、経理に関しても現在の業務量ではアウトソーシングの方が効率的だということも分かった。社内での意思疎通には、在宅のスタッフも多数在籍しているため「スカイプ(チャットとビデオ通話)」や「スラック(ビジネス向けチャット)」を活用している。ただフェーストゥフェースのコミュニケーションも大切にしているという。「創業当初は、言ったから伝わっていると思っていた。でも実際は伝わってなくて揉めたこともあった。それから私自身の意識を変えた。」というように、定期的に会議を実施し、3カ月に1度は人事考課も含めて面談を実施している。またオフィス内での社員への気配りは、特に大切にしている。人材育成の面でも、様々な学習の機会を提供しており、エンジニア向けやデザイナー向けの外部研修への参加や、自らは大学でマーケティングを専攻していた経験から、「マーケティング」「広報」の勉強会を開催している。

「保証書の電子化」サービスのノウハウを生かし、2017年からは保険とITを融合したインシュアテック領域にも進出している。また今後のビジネス展開としては、弊社が持っているマーケティングデータを活かし、家電メーカーと協力して「消費の形態を変える」新しいサービスを提供していく。

ビジネスの拡大に伴い、権限委譲や組織体制づくりも進めていく方針である。そのためには優秀な人材を採用・育成する体制を強化する必要があると考えている。新規採用、中途採用にこだわらず、今後も積極的に人材採用を進める予定だ。



株式会社Warrantee 大阪オフィス外観
(大阪市中央区 KITAHAMA CRAFT)



株式会社Warrantee 大阪オフィス(大阪市中央区)